融合媒体环境下主流媒体电视报道的新气象浅析

摘　要：自媒体的发展推动着主流媒体变革的深入，媒体融合成为主流媒体发展的重要途径。在此背景下主流媒体在内容创作、技术手段、用户体验和传播态势等方面呈现出新气象。本文对此新气象进行分析，以期为主流媒体的融合发展提供参考。

关键词：融合媒体环境；主流媒体；电视报道；新气象
中图分类号：G223　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-071-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.028

文 / 张丽娜

当前，新华社等主流媒体通过移动网络终端和新媒体平台推出了《榜样》及《国家相册》等“现象级”的霸屏融媒体产品，这些融媒体产品是主流媒体在媒体融合过程中成功变革创新的鲜活体现。媒体融合发展作为媒体发展战略被提出以来，通讯社、党刊、党报、电视等主流媒体锐意改革，不断创新和探索媒体融合发展途径[1]，在自我变革进程中推动着媒体融合发展，使新闻报道呈现出新气象，使其内容创作、传播态势、技术手段和用户体验等方面都呈现出独特的新气象。

1. 内容创作和技术手段的新气象

1.1 内容创作的网络化特征

移动通讯技术和网络技术的发展为自媒体的发展提供了重要条件，同时也改变了受众获取信息的渠道。而作为主流媒体，“内容为王”仍是其发展优势，只是这种优势需要同网络特点相结合，打造出符合网络传播特点和受众需求的融媒体产品，方能真正体现出主流媒体“内容为王”的优势。而今，主流媒体凭借其内容优势强化了融合媒体内容的创造和生产，推出了一批“高粉”的融合媒体产品，形成了一定的影响力大和知名度高的自媒体品牌[2]。如新华社推出的《国家相册》产品浏览量达数亿，被朋友圈刷屏。从此浏览量数字可知，融合发展产生了裂变式的发展效应，我国也逐渐掌握了融合媒体发展的主动权。同时，人民日报微信公众号、新华社微信公众号等都凭借其自身优势和特征对内容不断进行创意性创作，以舆论影响力和用户量的扩大证实了其华丽变身。此外，一些媒体为适应移动网络及可视化发展的趋势，充分利用生活化、大众化的话语，依靠视频、动画及图文等元素去吸引粉。比如新华社微信公众号推出的《榜样》以视频的形式展现宣传内容，刚刚播出十天的时间其总浏览量已达数十万，给媒体界带来了强烈反响。

1.2 新技术推动着媒体融合的创新和发展

新媒体的发展不仅仅体现在其内容的新上，还体现在其呈现形式的新颖上。但实现这种新的前提是必须具备新的技术手段。新媒体以其新的技术手段不断拓展了媒体报道的方式及方法，使融合媒体的内容更加丰富，呈现内容的形式也更加丰富多样，给受众带来了别样的全新的体验。主流媒体对新媒体前沿技术紧抓不放，紧盯融合媒体发展趋势和充分利用云计算、大数据、无人航拍、移动直播及机器人写作等新技术武装了媒体融合的内容及其呈现形式，进一步强化了媒体融合内容的互动性、现场感、达到率及冲击力等，在报道两会等重大主题和重要报道的制作中，中央台同地方台采用了直播视频、“虚拟现实 +”无人机拍摄等技术手段，进一步强化了新闻报道及其内容的感染力和表现力。主流媒体公国应用大数据和云计算等技术手段，推进了新闻客户端、全媒体采编平台、大数据中心等项目建设。使其更加适用信息随人转、终端跟人走的新型传播形态，对未来的移动终端开展了积极的布局和谋划。也就是说利用即时制作和即时采集等创作出更多鲜活、快捷且精悍的微电影、微视频及微动漫等产品，以便于受众收看和阅读。新华社在十九大召开前夕推出了微视频《榜样》，以特效技术对历史场景进行了还原，使故事场景动了起来，人物背后故事活了起来，在短短数天内其浏览量就达数十万，成为我国纪实类影响的重要成功性产品。

2. 裂变的传播态势及不断攀升的用户体验

2.1 裂变的传播态势

互联网的发展及应用的普及推动着舆论生态的变革和媒体格局的重构，加速了媒介传播形态的更迭及演变，信息传播平台及内容的生成呈现出了立体化和多维度的形态[3]。作为国家主流媒体，其紧抓机遇，对自媒体阵地进行了积极布局，全力打造丰富渠道和多样载体、广泛覆盖的传播阵地，其传播方式也一改往日的一块荧屏、一份报纸的单一形式，而是充分利用了微信、微博、集成客户端、手机报、电子信息屏、网络电台及移动电视等一体化的传播载体，运营形式呈现出多态化。当前，人民日报、光明日报都打造出了报网端微的一体式的传播方式，其用户覆盖已达数亿人次。一些广播点处也改变了原有的短波广播的单一方式，向影视制作、平面、网络、视频和广播、文化产业等领域进行综合挖掘，

构建了新型的综合性的新媒体。同时，其传播形态不断提升，主流媒体引导舆论的能力和设置议题的能力等都得到了显著提升，使传统媒体同自媒体的融合不断深化，形成了社会舆论、权威声音相呼应的舆论引导局面。

2.2 用户体验迅速上升

媒体融合发展背景下，受众成为媒体发展的根本，满足受众需求是媒体发展的重要目标。因此，只有将原有的单一联系向双向互动转变，形成以受众为中心的信息传播体系，方能不断吸引受众，进一步丰富受众体验和提升其黏性。例如，2017 年河南新郑黄帝故里拜祖大典活动，该活动作为全球华人共同的盛会，同时聚集 60 多家国内外网络新媒体进行网络直播。拜祖大典拓展网络及移动网络渠道发布，现场开通专题网站和手机专题平台，网友仅需一部手机，就如同置身丁酉年黄帝故里拜祖大典现场，不仅可以收看拜祖大典九项仪程的图文、视频直播，还能与全球关注拜祖大典的网友互动，共同敬拜先祖黄帝。

然而，主流媒体对传统的内容传播方式进行了变革，将受众参与和受众评判列为重要内容，给予受众评判媒体的产出及传播的内容，以吸引更多的受众参与其中。当然，这需要主流媒体认真追寻新媒体发展及传播的规律，不断对受众体验进行优化，达到推送快捷和精准，在最大程度上吸引受众。例如，2016 年，新华社推出了一批广受好评的创新产品。其《红色气质》微电影以产品创新为突破口，打造融媒体时代"主旋律"宣传标杆性精品，为重大主题宣传开辟新途径。"新华社特约记者太空日记"系列报道以创意创新为重点，以航天员作为特约记者出镜连线，开创"天地结合"全新融合报道形式，在世界航天史和新闻史上都具有开创性。"现场新闻"新媒体产品以全新新闻理念，推出全息直播态报道模式，实现新闻生产系统性创新，引领新闻业态重大变革。这一点新华社为融媒体发展做出了榜样，其实行的全新直播报道的态势给予了受众无时空限制的全方位的资讯获取途径，受众能够直接参与新闻的生产现场来体验。同时，其还对新闻内容及报道的共享性及互动性进行了深度探索和挖掘，利用引导受众跟帖评论、分享转发等方式，进一步强化了新闻报道的附加值，对其辐射范围和传播空间进行了有力拓展。

3. 融合媒体下主流媒体形成新气象的原因分析

主流媒体报道发生的一系列新气象，使受众感受到了新闻报道背后的人情味及温度。这是因为主流媒体准确主动地把握了新闻传播的规律及媒体融合发展的态势，并对内部进行了思维变革和思想改造，重塑了内部队伍。首先是主流媒体思想舆论责任担当的壮大成为了媒体融合发展的价值导向。主流媒体的舆论阵地同受众关系密切，哪里有人哪里就是其舆论阵地。当然，作为党的喉舌，主流媒体担负着引导舆论的使命和职责，发挥着道德旗帜、社会粘合剂和推进器的功能。主流媒体的任务及性质决定其必须顺应技术革新和网络应用的局势，不断创新发展，以影响受众的意识形态和价值观念。其次，主流媒体自身资源优势为打造出新气象式的产品提供了重要保障。主流媒体拥有丰富的信息资源、优秀的专业采编团队和品牌优势，其能够充分利用自身资源对信息内容进行创造和创新，形成采集一次，生成多种和传播多元化的发展态势。这种发展态势进一步扩大了主流媒体的影响力和竞争力。最后是"互联网 +"思维和全媒体人才的涌现都为主流媒体的融合发展提供智力支持。互联网以其平等、开放和共享等性质推动着主流媒体思想观念的转变，使其紧跟时代前沿，尊重互联网规律，充分利用其在传播和资源配置中的集成化和优化的功能，形成了以受众为中心的产品生产理念，从受众入手，将满足和服务受众需求纳入媒体融合内容生产及传播的环节中，以其公信力及权威性来吸粉。除此以外，主流媒体还重视全媒人才的培养，拓展了新媒体、传统媒体人才流通的通道，有效推动了人才转型，利用技术培训及绩效考核等方式培养出了一批全媒体人才，为主流媒体的融合发展提供了重要的人才支撑。

4. 总结

新媒体已经成为影响社会变革的重要因素。尤其在大数据和云计算等互联网技术的支撑下，新媒体在广度和深度上对社会各方面都产生了深远的影响，其广泛使用极大地改变了人们的生活方式、娱乐方式甚至思维方式。融合媒体下主流媒体新风扑面，人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中央人民广播电台、农民日报等多家中央级主流媒体，将笔尖、镜头与话筒聚焦移风易俗新气象。

总之，媒体融合发展是时代发展的趋势，其已经经过了不断探索和深度变革的推进期，在此过程中，主流媒体应不断开拓创新，紧抓发展机遇来转型和壮大，以实现其向新主流媒体的华丽转身。媒

参考文献

[1] 黄楚新 . 新视角 深转型：媒体融合新气象 [J]. 中国报业，2016（07）：28.

[2] 朱剑飞 . 浴火重生：展现"中国力量"——2016 广东广播电视台崛起之势 [J]. 南方电视学刊，2015（06）：6-11.

[3] 熊忠辉 . 新媒体与大众传媒业态变迁 [J]. 视听界，2006（04）：31-37.

（作者单位：郑州电视台）